

## Социальная психология

### ФЕНОМЕН ЦЕННОСТНО-АФФЕКТИВНОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

© Лебедев А.Н.

доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории психологии личности,  
Институт психологии РАН, Москва, Россия,  
[lebedev-lubimov@yandex.ru](mailto:lebedev-lubimov@yandex.ru)

Статья подготовлена при поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ (грант №21-011-31400 опп  
«Феномен ценностно-психологической поляризация населения и проблема  
стабильности-нестабильности российского общества»)

В статье рассматривается социально-психологический феномен ценностно-аффективной поляризации российского общества, история изучения поляризации в социальной психологии, специфика проявления в малых и больших социальных группах. Предложена модель и описан психологический механизм возникновения ценностно-аффективной поляризации в обществе на основе высших социальных эмоций – чувств стыда, гордости и собственного достоинства. Утверждается, что основными источниками ценностно-аффективной поляризации в настоящее время в нашей стране являются ток-шоу центральных телевизионных каналов (политические и другие) и социальные сети Интернета. Для теоретического обоснования предложенной модели рассматривается значение понятий: ценностные суждения, аффект неопределенности и высшие социальные эмоции.

*Ключевые слова:* личность, групповая поляризация, ценностно-аффективная поляризация, малые и большие социальные группы, ценностные суждения, аффект неопределенности, высшие социальные эмоции, чувства стыда, гордости, собственного достоинства

#### Введение

В социальной психологии второй половины XX века при изучении дискуссий и группового принятия решений подробно изучались два феномена. Первый получил название групповой нормализации, а второй – групповой поляризации [6, 11, 12, 31]. Было замечено, что в одних случаях в процессе обсуждения тех или иных спорных вопросов, неоднозначных тем или проблем первоначально разнородные и даже экстремальные позиции участников могут сглаживаться и при завершении дискуссии формулироваться в виде общего усредненного мнения, которое разделяют все члены группы. В других случаях мнения чле-

нов группы существенно расходились и группировались вокруг двух противоположных полюсов. Тогда говорили о групповой поляризации мнений.

Иногда использовался термин – биполяризация группы, однако подчеркивалось, что это лишь частный случай групповой поляризации, поскольку в больших по численности группах биполяризация происходит не сразу – для этого требуется время, пропорциональное размерам групп и скорости обмена информацией. Поэтому быстро биполяризация происходит лишь между какими-либо двумя подгруппами. Их стали называть «меньшинством». В этом случае основная масса

людей – «большинство» – занимает промежуточную позицию, примыкая то к одной группе, то к другой, или вообще не имеет никакого собственного мнения по спорному вопросу.

Чем больше по численности группа, тем больше вероятность, что первоначально при обсуждении спорного вопроса она разделится не на две полярные, а на три подгруппы. При этом, если группа полностью становится биполярной, то внутригрупповой конфликт без существенных затрат и специальных мероприятий чаще всего преодолеть не удастся, и поляризация принимает аффективную форму [15, 18-20, 42].

На ранних этапах исследований вместе с термином «групповая поляризация» использовали термин «групповая экстремизация». Однако позже, когда феномен стал широко обсуждаться в смежных с социальной психологией науках (социологии, политологии, культурологии, политической психологии и пр.), чтобы избежать излишней детализации и терминологической путаницы, различия в этих терминах стали игнорировать и устойчивое употребление осталось за понятием групповой поляризации, что позволяло говорить о разных типах проявления поляризации мнений.

### **Психологические механизмы поляризации малых социальных групп**

Известно, что исследования данного феномена начали проводиться в малых социальных группах на рубеже 60-70-х годов XX века во Франции под руководством французского социального психолога С. Московиси [31]. Для объяснения феномена поляризации создавались различные модели. Так в соответствии с одной из них, которая получила название «когнитивной», поляризация возникает вследствие сугубо информационного влияния членов группы друг на друга. Утверждалось, что во время обмена мнениями знанием оппонентов как бы складываются в один общий «банк информации». Когда у участника дискуссии формируется мнение, он заимствует информацию из этого «банка» и подкрепляет его доказательствами, которые предъявляет аудитории уже как собственные.

Если участник обсуждения первоначально не имел мнения и не мог воздержаться от дискуссии, он обычно занимал ту позицию, которая казалась

ему более убедительной. Далее он настойчиво защищал ее, формулируя необходимые для этого аргументы и игнорируя доводы противоположной стороны.

При анализе данной модели говорили о так называемом «контрастно-ассимилятивном эффекте», который проявлялся в том, что оценка аргументов конкретного члена группы зависела от точки зрения тех, с кем он дискутировал. В рамках этой модели обмен информацией и когнитивные процессы считались более важными для формирования поляризации, чем, например, отношение людей друг к другу [3, 6].

В рамках другой модели – «нормативной», на основе которой также объясняли поляризацию мнений, исследователи говорили о ведущей роли идентификации человека с группой, то есть обращали внимание на характер взаимоотношений дискутирующих. Отмечалось, что, желая добиться расположения тех, с кем члены группы себя идентифицировали, они старались как можно сильнее подчеркнуть разногласия и различия во взглядах на проблему. При этом участники дискуссии занимали позицию тех, кого считали «своими», независимо от каких-либо аргументов и логики. Желание понравиться другим людям и быть принятым «своими» способствовало тому, что человек выдвигал более жесткие аргументы, и это также приводило к усилению групповой поляризации [40].

Однако самым интересным для экспериментаторов оказалось то, что людям, у которых складывалось устойчивое мнение по спорным вопросам, не удавалось убедить оппонентов изменить их точку зрения. Более того, они и свою точку зрения не меняли. То есть в условиях поляризации человек, занявший определенную позицию и публично заявивший о ней, никогда от нее не отказывался. Он лишь «убеждался в собственной правоте» [33]. При этом именно публично высказанное мнение, получение одобрения единомышленников и критика оппонентов играли здесь определяющую роль.

Многие авторы, изучая почему люди не желают отказываться от собственной точки зрения, выдвигали ряд гипотез. В частности, рассматривалось понятие предвзятость подтверждения (confirmation bias) – тенденция человека искать и

интерпретировать такую информацию или отдавать предпочтение такой информации, которая согласуется с его взглядами [36]. Это объяснялось когнитивным искажением (систематической ошибкой индуктивного мышления).

Было установлено, что эффект проявляется сильнее в отношении «эмоционально значимых вопросов и глубоко укоренившихся убеждений». Склонность к подтверждению влияет на излишнюю самоуверенность человека в собственных суждениях и усиливается при получении доказательств обратного тезиса. По данным некоторых авторов именно такие когнитивные искажения часто способствуют неудачным политическим и организационным решениям [28, 34, 39].

Изменение мнений в условиях поляризации становится возможным лишь в исключительных случаях, например, когда субъекты испытывают сильное социальное давление со стороны третьих лиц или когда их мотивация меняется под воздействием предлагаемых выгод. В этом случае оппоненты могли заявить о принятии противоположной позиции, а затем постепенно убеждали себя в том, что это их собственное решение. Причем некоторые не ограничивались конформизмом, а начинали в это искренне верить и часто отрицали свое первоначальное несогласие.

Изучая данный феномен, В.Дуаз обнаружил, что поляризация мнений членов группы может возникать и в том случае, если они реагируют на мнения оппонентов вне группы. При этом их собственные мнения становились для них еще более важными и поэтому могли оказаться весьма радикальными по отношению к обсуждаемой проблеме [16, 17].

Исследования групповой поляризации и роли «меньшинства – большинства» в группе постепенно приобрели в работах С. Московиси форму некоей стройной теории, характеризующей конфликтную составляющую групповой динамики, и постепенно он начал рассматривать возможность применения данной модели к большим социальным группам [30, 31].

С. Московиси подчеркивал, что меньшинство в группах всегда обладает «большой новизной», нежели большинство, поэтому оно демонстрирует и более сильное влияние на группу в целом. Вследствие этого, считал С. Московиси, именно

меньшинство способствует любым социальным инновациям и переменам. В свою очередь, поляризованное меньшинство является источником и причиной многих конфликтов в группе. Особенно ярко, по его мнению, это проявляется в больших социальных группах и даже может распространяться на население какой-либо страны, где возникают благоприятные условия для данного феномена.

### **Ценностно-аффективная поляризация больших социальных групп и причины ее возникновения**

За последние полвека в социальных науках, включая социальную и политическую психологию, резко возрос интерес к различным видам поляризации больших групп [15, 18-20, 22, 24, 26, 27, 37, 41, 42]. Во многом это связано с глобальными социальными, экономическими и политическими процессами, которые происходят в мире.

При изучении социально-психологических явлений в больших социальных группах наибольший интерес представляет явление так называемой ценностно-аффективной поляризации [6, 11, 12]. Этим термином мы обозначаем ситуацию, которая возникает в условиях непосредственного и опосредствованного общения, а также взаимодействия людей, в результате чего различия в их взглядах на социально значимые экономические, политические, социокультурные и другие вопросы могут группироваться возле двух противоположных ценностных полюсов. Очевидно, что ценностно-аффективная поляризация в настоящее время наиболее актуальна в связи с противоречиями, которые возникают в обществе и могут препятствовать его политической стабильности.

Ценностно-аффективная поляризация парадоксально обусловлена, с одной стороны, наличием демократических свобод, позволяющих высказывать разные точки зрения, с другой – их ограничением. При чрезмерной объективной поляризации общества, например, экономической или политической, возможны негативные социальные потрясения. Однако, например, умеренная поляризация, по мнению ряда зарубежных ученых – это скорее положительное условие для его развития [20, 24].

Если мы попробуем проанализировать психологическую поляризацию в больших группах, то вполне возможно не найдем оснований для тех объяснительных когнитивных моделей, которые рассматривались при изучении данного феномена в малых социальных группах. Здесь работают более сложные механизмы. Чтобы изучить их нужно рассмотреть несколько важных понятий. Это понятия ценностного суждения, аффекта неопределенности и высших социальных эмоций.

*Природа и поляризация ценностных суждений.* Есть много определений, которые употребляются вместе с термином «поляризация». Почему мы говорим именно о ценностно-аффективной? Определение «ценностная» наиболее точно отражает начальный этап психологической поляризации в больших социальных группах, поскольку явления, которые носят ценностный характер, по мнению многих философов и ученых, не могут рассматриваться с позиции: «истинно – ложно», даже когда речь идет о некоем реально существующем объекте, процессе или явлении.

В этих условиях известными научными методами чаще всего невозможно доказать, как будет «на самом деле» или как «должно быть на самом деле». Например, такие ситуации сплошь и рядом встречаются в ситуациях морального выбора. В частности, это известный философский парадокс Канта-Констана, который лег в основу целого направления в экспериментальной психологии и получил название «парадокса вагонетки» [10, 13]. Здесь нет объективного решения, так как невозможно логически или как-либо иначе доказать, как именно следует поступить в данной ситуации и как будет «правильно».

В наиболее общем виде это оказывается ближе всего к проблематике экзистенциальной философии и психологии. То есть «решение» задачи, в основе которой лежит данный парадокс, такое: каждый субъект делает свой собственный выбор, существует с ним и несет ответственность перед собственной совестью, а также перед законами, нормами и традициями общества, представителем которого является. При изменении общества могут меняться критерии оценки «правильного или неправильного». В нашей стране это происходило несколько раз, в частности, в 1917 году и в 90-х

годах XX века. Например, в политологии и политической психологии невозможно однозначно ответить на вопрос: какую форму организации людей следует считать не только наилучшей и эффективной, но и «правильной» – эгалитаризм или жестко заданную сословность или даже кастовость? Что является «наиболее правильным» – свобода любой отдельной личности в ущерб большинству или принцип: «человек обязан жертвовать личным благополучием ради интересов общества»? То есть однозначного критерия «правильного или неправильного» в ситуации, где употребляется термин «ценностный» чаще всего не существует. Отсюда конфликты между людьми: от философских или идеологических дискуссий до политических баталий и религиозных войн.

Например, всем надоевший вопрос: «Чей Крым?» при опросах больших групп очень разных людей в Интернете, часто не получает однозначного ответа. Одни говорят, что Крым российский (по факту). Другие – что он украинский (по международному законодательству). Третьи утверждают, что он должен принадлежать крымским татарам (ссылаются на подавляющее количество татарских названий населенных пунктов в Крыму). Четвертые доказывают, что он принадлежит тем, кто там сейчас живёт, и они должны быть независимыми и т.д., и т.п.

Однако с точки зрения психологии ценностных суждений, любой ответ на этот вопрос здесь теоретически возможен. То есть оценки «правильно – неправильно», «истинно – ложно» приобретают значение для практических выводов лишь в рамках определенных систем ценностей. В этом случае системные или «сверхчувственные» свойства объектов (в терминологии раннего К.Маркса) будут существовать лишь в этих семиотических системах и до тех пор, пока эти системы существуют или пока все спорящие не придут к единому мнению, что на практике чаще всего не выполняется.

С ценностной проблематикой мы также сталкиваемся, когда не представляется возможным количественно измерить или выразить в каких-либо измеряемых величинах то, что доступно и

понятно нам лишь интуитивно или на качественном уровне, например, на уровне эмоционального переживания или отношения.

Учитывая, что представления о чем-либо формируются у каждого человека на основе неполной информации, то есть в условиях информационной неопределенности, становится очевидным, что любое категоричное заявление может вызвать реакцию непонимания и критику.

*Аффект неопределенности.* Понятие аффекта неопределенности рассматривалось нами в ряде публикаций на другие темы [2], однако оно оказывается очень уместным и при анализе проблемы групповой поляризации. Во-первых, следует отметить, что в настоящее время в зарубежной литературе, посвященной феномену поляризации, чаще всего говорят именно об аффективной поляризации, которая характеризует взаимную враждебность, например, представителей двух ведущих политических партий США – республиканской и демократической [42].

Во-вторых, очевидно, что в условиях обмена ценностными суждениями возникает ситуация неопределенности, которая проявляется в невозможности доказать оппонентам собственную правоту, поскольку такие объективные доказательства отсутствуют, и это постепенно начинают понимать представители обеих противодействующих сторон. Очень часто именно невозможность доказать свою правоту и нежелание противников признать ошибку вызывает у представителей поляризованных групп аффективные реакции.

Политолог и политический психолог из Нидерландов Е. Хартевельд предлагает различать два типа поляризации: «идеологическую» и «аффективную». По мнению автора, идеологическая поляризация в обществе – это фактические разногласия, полярные взгляды. Аффективная поляризация – это ярко эмоционально окрашенная враждебность между социальными группами. В американской политологической литературе такой вид поляризации часто обозначают термином «partisan animus» [22, 35]. По данным Е. Хартевельда эти два феномена не имеют значительной корреляции [23].

В связи с этим следует еще раз подчеркнуть, что понятие ценностной поляризации отражает

лишь различные взгляды людей на основные стороны их жизни в обществе (мировоззрение) и совсем не обязательно проявляется в открытой враждебности. Она может существовать достаточно долго, например, пока политизированное меньшинство не начнет свою активную политическую деятельность [21]. Будучи втянутыми в политические конфликты (в терминах концепции С. Московиси – борьбы «меньшинства» за власть), люди в обществе первоначально могут иметь как во многом совпадающие, так и совсем не совпадающие взгляды.

*Высшие социальные эмоции.* Под высшими социальными эмоциями понимают чувства, которые проявляются лишь в условиях межличностных или межгрупповых отношений. Такие чувства у людей не возникают по отношению к неживым объектам и редко возникают по отношению к животным [25]. Это чувства гордости, стыда, вины, долга, доверия, ответственности и другие. Очевидно, что в основе этих психических состояний лежит некое объединяющее начало, которое чаще всего называют чувством собственного достоинства. Данное понятие является очень важным, поскольку именно такие чувства и создают условия, которые делают поляризацию крайне опасной для психологического состояния общества [1, 3, 6].

Следует отметить, что недостаточное внимание к социально ориентированным эмоциям (чувствам) является самой недооцененной темой как в отечественной, так и зарубежной социальной психологии и прежде всего – в ее экспериментальной части. Действительно, если мы рассмотрим классические социально-психологические эксперименты, например, М. Шерифа, С. Аша, Ф. Зимбардо, С. Милграма, С. Московиси, Л. Фестингера, Дж. Стоунера и других, то обнаружим, что когнитивные объяснительные модели во многих случаях дают недостаточно полные объяснения тем или иным явлениям.

Так, например, результаты исследований показывают, что одна и та же информация может воздействовать с большим эффектом, если она получена от похожих на членов группы посторонних лиц. Но она оказывала меньший эффект, если исходит от «непохожих посторонних», не обладающих авторитетом [32].

В исследованиях С.Аша конформизм в принятии решений всегда тесно связан с нежеланием подвергнуться социальным санкциям и пережить унижение и стыд. В известном эксперименте Ф.Зимбардо студенты – «тюремщики» испытывали состояние превосходства, унижая своих одноклассников, а студенты – «заклученные» – не только беспомощность, но и чувство стыда от того, что их унижают, а они ничего не могут с этим поделать.

В знаменитом эксперименте С.Милгрема с «наказанием электрическим током» испытуемые не могли выбрать между стыдом, который испытывали, причиняя боль «ученику», и стыдом перед экспериментатором за свою неспособность следовать инструкции. Даже в эксперименте Дж.Стоунера со «сдвигом к риску» у испытуемых проявлялось желание продемонстрировать свои способности и испытать чувство гордости при высказывании оригинальных идей о выборе наиболее эффективной хирургической операции, пусть и более рискованной [29].

Любое соревнование в любых социальных группах не может рассматриваться только с точки зрения некоего обобщенного когнитивного подхода. В частности, Д.Майерс и Г.Ламм пишут, что, соревнуясь с другими, люди часто принимают более крайние взгляды, чтобы выглядеть лучше других [32].

Любое соревнование теряет смысл, если оно лишается эмоционального подтекста, то есть возможности избежать стыда поражения и пережить состояние гордости в результате выигрыша. В целом в социальной психологии трудно даже представить себе ситуацию, в которой не было бы эмоциональных переживаний, связанных чувством собственного достоинства.

И теоретикам психологии, и практикам до сих пор не совсем ясно, как формируются социальные чувства в процессе развития личности, как они влияют на процесс ее саморазвития и пр. [7]. Почему, например, человек стыдится каких-то своих или чужих поступков («испанский стыд»), а какие-то вообще не вызывают у него никаких эмоциональных реакций.

История социальной психологии личности знает немало теорий и моделей, авторы которых пытались описать динамику переживаний стыда и

гордости, рассматривая для этого различные понятия: «фасилитация», «ингибция», «самооценка», «Я концепция», «образ Я», «уровень притязаний», «социальное сравнение», «самоуважение», «самолюбие», «самоактуализация», «самовыражение», «самопрезентация», «личностная идентичность» и пр. [7, 32, 38].

Если в начале исследований феномена групповой поляризации мнений преобладали когнитивные модели, иллюстрирующие, как и почему она возникает, то в настоящее время все большее число авторов склоняется к тому, что в качестве психологического механизма следует рассматривать некую объединенную когнитивно-аффективную модель, которая наиболее полно объясняет данное явление особенно на уровне больших социальных групп. И здесь ведущая роль должна быть отведена высшим социальным эмоциям – чувствам, и прежде всего – чувству собственного достоинства.

Сложность изучения данного явления состоит прежде всего в том, что большинство обычных людей чаще всего испытывает огромные трудности в том, чтобы признать свою ошибку, несостоятельность, слабость, вину и пр. Переживания, связанные с чувством стыда, травмируют психику и вытесняются либо за пределы сознания, либо на его периферию. Бывает людям стыдно даже вспоминать о пережитом стыде, поэтому они с большой неохотой делятся такими воспоминаниями не только с близкими, но даже с психоаналитиком или психотерапевтом. Исследовать подобные эмоциональные состояния в условиях лабораторных экспериментов крайне сложно, поэтому в психологии такие исследования, особенно количественные, являются большой редкостью, а их валидность, надежность и правильная интерпретация не всегда очевидны [9].

Травмирующие переживания, связанные с чувством стыда от собственных просчетов или унижения со стороны других людей, создают сложные психологические барьеры для рефлексии, для понимания того, в чем человек оказался не прав. Полная утрата чувства собственного достоинства в результате сложившихся жизненных обстоятельств, публичного унижения или насильственных действий – чаще всего губельна для личности. Она приводит не только к возникновению

комплексов неполноценности и неврозов, но во многих случаях – к аффективному поведению и агрессии.

Большинство психологов согласиться с тем, что чувственные переживания изучать намного сложнее, чем, например, психические процессы, поскольку зачастую у них полностью отсутствует некое общее для всех людей предметное содержание и каждый человек в отдельности описывает свои эмоции субъективно в рамках своих вербальных способностей. Это хорошо видно на примере восприятия предметов и продуктов искусства – здесь один человек может искренне чем-то восхищаться, а другому то же самое покажется неинтересным и не вызовет никакого восторга. Поэтому в психологии существует некая неразбериха с явлениями чувственного переживания, а любые типологии и классификации – во многом результат научной инициативы и интуиции отдельных авторов.

Например, мы не можем точно определить: является ли гордость чувством противоположным стыду или это самостоятельное эмоциональное состояние. Так, например, К.Изард внес чувство стыда в свой список базовых эмоций, но в этом списке отсутствует чувство гордости [25]. В условиях дискуссии или ожесточенного спора человек, испытывающий излишнюю гордость, проявления которой очевидны и заметны и ему самому, и оппонентам, в случае логичного опровержения его аргументов или преднамеренного оскорбления противниками испытывает намного больший стыд, чем человек, который во время спора не стремился продемонстрировать свою компетентность или превосходство над окружающими. И почему это происходит, определить крайне сложно.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что во многом ценностно-аффективная поляризация в российском обществе и поведение тех, кто настроен по отношению к власти оппозиционно, определяется тем, что граждане, оказавшись в непростых жизненных ситуациях, переживают чувство ущемленного собственного достоинства, на которое власть, по их мнению, не обращает никакого внимания, а в ряде случаев несет за это прямую ответственность.

Именно поэтому резонансные высказывания отдельных представителей власти вызывают негативные реакции многих людей по отношению к власти в целом. Такие знаменитые и необдуманно брошенные фразы, как «цена на макарошки не повышается», «государство не просило вас рожать» или «денег нет, но вы держитесь» воспринимается как унижение, оскорбление, вызывает у людей протест и усиливает поляризацию общества.

Учитывая, что центральное российское телевидение в основном защищает позицию власти, люди, переживающие ущемленное чувство собственного достоинства, выражают свое отношение к ней прежде всего в Интернете. Находя единомышленников и обсуждая с ними свои мысли и чувства, пользователи социальных сетей также неизбежно усиливают поляризацию общества.

Таким образом, основные триггеры ценностной поляризации в нашей стране сегодня – это средства массовой информации и коммуникации и прежде всего – политические телевизионные ток-шоу центральных телевизионных каналов и социальные сети, обеспечивающие обмен информацией между пользователями (дискуссионные площадки). При этом наибольший эффект поляризации проявляется не в борьбе оппонентов друг с другом (одного меньшинства с другим меньшинством), а в борьбе того и другого меньшинства за политически неактивных зрителей, то есть за «большинство» [6, 30].

Многочисленные политические ток-шоу, где их ведущие без всякого осуждения со стороны руководства телеканалов, их владельцев и компетентных органов позволяют себе многочисленные оскорбительные выпады в отношении людей и идей, которые считают оппозиционными, что в значительной степени способствует усилению ценностно-аффективной поляризации [5, 8].

В 2002 году американская исследовательская компания SIA изучала групповую поляризацию при дискуссиях в Интернет чатах [21]. Результаты показали повышенный уровень групповой поляризации в сравнении со встречами в реальной жизни, что объяснили увеличением количества аргументов. Однако, по нашему мнению, тут скорее работают аффективные механизмы – в Интернете до определенного момента пользователи

могли свободно ругать и хвалить друг друга без какой-либо критики со стороны, осуждения или запретов провайдеров. Позже стало понятно, что на практике это усиливает психологическую поляризацию пользователей и вредит бизнесу. Провайдеры социальных сетей начали накладывать ограничения на оскорбительный или унижающий оппонента контент высказываний.

### **Ценностно-аффективная поляризации и психологическое состояние общества**

Когда социальные психологи, изучающие конфликты или работающие на практике с целью их устранения, впервые сталкиваются с какими-либо разногласиями групп или отдельных людей они никогда не знают наверняка причин, которыми вызваны эти разногласия. Ситуация может определяться незначительными различиями в точках зрения людей по малозначимым для них вопросам, но может оказаться внешним проявлением давно сложившейся и очень устойчивой групповой поляризации. В первом случае конфликт может быть устраним простыми средствами, во втором проблема вообще может не иметь какого-либо решения и потребуются внешнее вмешательство. Причем чем сильнее поляризация группы, тем по большому количеству вопросов будут разногласия между ее членами.

Например, люди из политически нейтрального «большинства» спорят в Интернете: «Правомерно ли при уровне технологий XXI века посылать в космос актеров, чтобы снять там художественное кино, ведь это можно сделать на киностудии за гораздо меньшие деньги?». В этой ситуации аргумент о «роли формирования интереса к науке и космосу у населения и особенно у молодежи» может оказаться весомым аргументом для спорящих. Также для многих убедительным окажется аргумент, что «данный проект привлекает внимание мировой общественности к достижениям России и способствует ее положительному имиджу».

Однако очевидно, что оппоненты власти найдут здесь «разбазаривание народных средств», вспомнят о низких зарплатах и пенсиях, о детях с орфанными заболеваниями и далее все пойдет по списку, который отражает весь ценностный вектор аргументов, формирующий негативное отношение к существующей власти.

Таким образом, психологу всегда следует обращать внимание на то, какова природа того или иного конфликта, поскольку именно от этого зависит, в какой степени разногласия будут устойчивыми и что именно следует сделать, чтобы избежать разрушительных социальных, политических или иных последствий и улучшить психологическое состояние общества [4, 6, 14].

Например, известна ситуация о разногласиях при решении вопросов о возвращении памятника Ф.Э. Дзержинскому на Лубянскую площадь в Москве или о выносе тела В.И. Ленина из мавзолея. Казалось бы, в первом случае против будут лишь те, кто осуждают сталинские репрессии, а во втором должны будут возмутиться сочувствующие КПРФ и противники развала СССР.

Однако концепция ценностно-аффективной поляризации свидетельствует о том, что противников в принятии данных решений окажется намного больше, чем можно предположить, поскольку в стране сформировались только два противоположных ценностных полюса, которые объединили людей с разными взглядами. На противоположных ценностных полюсах сегодня можно обнаружить людей из совершенно разных социальных слоев. И в этих группах окажутся верующие и атеисты, малоимущие и хорошо обеспеченные люди, малообразованные и малокультурные и имеющие хорошее образование и т.д., причем с одной и с другой стороны.

Таким образом, в результате поляризации мнений когнитивные процессы начинают работать неадекватно. Испытывая чувство ущемленного достоинства, люди игнорируют, а потом и вовсе перестают уделять внимание тому, что противоречит их убеждениям. Они принимают лишь те аргументы, которые подтверждают их позицию. При этом люди, находящиеся по разные стороны от линии противостояния, чаще всего в одинаковой степени мыслят иррационально.

По данным изучения материалов социальной сети Facebook за 2015-2021 годы [5, 6, 8] в число основных направлений ценностно-аффективной поляризации населения России сегодня можно отнести те явления, которые определяются их отношением к: деятельности существующей власти в целом; личности Президента РФ; религии и РПЦ;



влиянию РПЦ на образование детей и науку; состоянию медицины и образования в РФ; роли И.В. Сталина в истории страны; СССР и оценке его значения в мировой истории XX века; культуре «западного мира»; внешней и внутренней политики Правительства РФ; деятельности партии «Единая Россия»; известным политическим фигурам (Горбачев, Ельцин, Зюганов, Жириновский, Чубайс и другие); А.Навальному и борьбе с коррупцией; присоединению Крыма к России; мигрантам в РФ; современному искусству; истории России в целом; Российской империи дореволюционного периода; пенсионной реформе; массовым протестам; политике воспитания патриотизма; роли СССР и других стран в ВОВ; массовой вакцинации и введению QR-кодов и другие.

Основные события и темы, не вызывающие существенной ценностно-аффективной поляризации россиян: отношение к преступности; оценка чрезмерной разницы в уровне жизни очень богатых и очень бедных; необходимость помощи больным детям и пожилым людям; отношение к миграционным процессам в мире; оценка роли полета Ю.А. Гагарина в космос; отношение к поэзии А.С. Пушкина; оценка боевых характеристик АК-47.

В течение последних 5-х лет (с 2017 по 2021 гг.) мы проводим изучение различных характеристик феномена поляризации и отмечаем ее усиление. С учетом различных целей и задач в исследовании в целом приняли участие более 3000 человек, в возрасте от 18 до 72 лет, мужчин 45%, женщин 55%. Если два года назад лишь незначительная часть респондентов соглашалась с утверждением о наличии поляризации общества, то сегодня половина и более респондентов на такие вопросы отвечают утвердительно [1, 3, 4].

В процессе исследований предлагались вопросы для оценки политической, экономической, социальной ситуации в стране, а также – психологической атмосферы в России. В частности, было обнаружено, что респонденты с высокими оценками своего субъективного экономического благополучия значительно чаще оценивают Россию по методике семантического дифференциала Ч.Осгуда, как страну «богатую», «последовательную», «веселую» и «заботливую». Субъективно экономически неблагополучные оценивают ее,

как «агрессивную», «бедную», «противоречивую», «несвободную» и «безразличную». Эти показатели оказываются относительно стабильными с тенденцией к ухудшению.

Социальную ситуацию в России (конфликты между людьми, противоречия между социальными слоями общества и пр.) около 40% наших респондентов оценивают, как «напряженную», и 10% респондентов считают, что она «спокойная». Экономическую ситуацию в стране (уровень жизни, перспективы экономического развития и пр.) около 60% респондентов стабильно оценивают, как «скорее неблагополучную». Как «очень благополучную» оценивают экономическую ситуацию около 10% респондентов. При оценке внешней политики и эффективности государственной службы мнения респондентов также значимо различаются и оказываются полярными.

В 2019 году участникам исследования предлагался специально разработанный опросник для оценки психологического состояния общества. В процессе обработки ответов на вопросы анкеты по оценкам психологической поляризации все респонденты были разделены на три группы с условными названиями «позитивная», «негативная» и «нейтральная». К первой группе были отнесены те, кто проявляет склонность не замечать проблем и ориентироваться на позитивные явления в обществе, «негативная» группа – это те респонденты, которые склонны в большей степени видеть в обществе проблемы и в меньшей степени его достижения. В третью группу вошли респонденты, оценки которых оказались неопределенными.

Анализ результатов показал, что поляризация респондентов сильно связана с их оценками перспективы стабильности российского общества в будущем. Участников исследования просили оценить по 9-ти балльной шкале стабильность российского общества в «этом году», «через год», «через пять лет» и «через 10 лет». Где 1 балл – низкая стабильность, а 9 баллов – высокая стабильность. Часть респондентов первоначальной выборки (около 45%) были опрошены повторно в 2019 и 2020 году. В результате были получены данные, свидетельствующие о том, что прогнозы о стабильности российского общества снижаются. Если в 2019 году респонденты оценивали

«стабильность через год» примерно на 4,6 балла, то в 2020 этот прогноз оценивается в 4,3 балла. В 2019 году прогноз «стабильности через пять лет» оценивался в 4,65 балла, в 2020 году он оценивается в 4,17. В целом было показано, что респонденты из группы «позитивных» более оптимистично оценивают стабильность российского общества в ближайшие 10 лет. Однако оценки имеют тенденцию к снижению как в первой, так и во второй группе.

В 2019 году 46% респондентов не были согласны с утверждением: «то, что делает сегодня руководство страны, полностью способствует улучшению жизни населения». В 2020 году с данным утверждением не были согласны уже 66% респондентов, а в 2021 году - 68%. Социальную ситуацию в России (конфликты и противоречия между людьми, социальными слоями и пр.) в 2019 году 55% респондентов оценили, как «напряженную» и «очень напряженную». В 2020 году так оценили социальную ситуацию уже 68%, а в 2021 году более 70% респондентов. Таким образом, был сделан вывод об определенном ухудшении психологического состояния российского общества в период с 2018 по 2021 гг.

Эти данные свидетельствуют о том, что участники наших исследований осознают наличие в обществе не только ухудшения его психологического состояния, но и поляризации.

### Заключение

Российское общество сегодня является ценностно поляризованным с тенденцией к усилению. Явление поляризации все больше начинает осознаваться не только полярными группами (меньшинством), но и политически нейтральной частью населения страны (большинством). Этому способствовали события последних двух лет: некоторые нововведения правительства, в частности, пенсионная реформа, новые законы, принятые Государственной думой РФ, обострение политической борьбы с оппозицией, пандемия корона вируса, ухудшение условий жизни значительной части населения и другие. Ситуация поляризации населения требует внимания и ученых, и практиков. Это крайне необходимо для предотвращения

трансформации ценностной поляризации в поляризацию аффективную, а далее в социальную би-поляризацию.

### Литература

1. Гордякова О.В., Андреева Д.Д. Ценностная поляризация общества как фактор его психологического состояния // *American Scientific Journal*. № (40). 2020. С. 24-29.
2. Лебедев А.Н. Психологические механизмы социальной памяти в условиях ценностно-смысловой неопределенности // *Гуманитарные науки. Вестник финансового университета*. 2014. С. 58-63.
3. Лебедев А.Н. Индикаторы и предикторы психологического состояния российского общества // *Человеческий капитал*. №6, 2018. С.58-68.
4. Лебедев А.Н. Психологическое состояние общества с позиции макропсихологического подхода. М.: Вестник РФФИ. Тематический блок: Фундаментальные проблемы в исследованиях психического здоровья человека и общества. № 4 (104), 2019. С.41-48.
5. Лебедев А.Н. Роль социально-психологических исследований в компьютерном моделировании психологического воздействия в Интернете // *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*. 2020. Том 5. № 4. С. 83-109. DOI: <https://doi.org/10.38098/ipran.opwr.2020.17.4.004>.
6. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Психологическое состояние общества и феномен психологической поляризации / *Социальная и экономическая психология*. №3. 2019. С.22-45.
7. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Высшие социальные эмоции потребителей в системе маркетинговых коммуникаций // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2020. Т. 5. № 4(20). С. 218-245.
8. Лебедев А.Н., Занковский А.Н. Самоорганизация групп пользователей социальных сетей и проблема ее имитационного моделирования // *Институт психологии Российской академии*

- наук. Организационная психология и психология труда. 2019. Т. 4. № 4. С. 175-197.
9. Макогон И.К., Ениколопов С.Н. Апробация методики измерения склонности к переживанию чувств вины и стыда (GASP) // Вопросы психологии. 2014. № 4. С. 118-125.
10. Поддьяков А.Н. Допустимо ли солгать злоумышленнику, чтобы помешать преступлению: анализ исторической полемики // Культурно-историческая психология. 2011. Том 7. № 1. С. 28-41.
11. Сапронов А.В. Социальная поляризация как характеристика современного российского общества // Известия ЮЗГУ. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 2. С. 305–309.
12. Сапронов А.В., Крицкая О.А. Особенности социальной поляризации Российского общества // Вестник Нижегородского Университета им. Н.И. Лабачевского. Серия: Социальные науки, 2013. С. 82-86.
13. Эдмондс Д. Убили бы вы толстяка? Задача о вагонетке. Что такое хорошо и что такое плохо? М.: Издательство Института Гайдара. 2020.
14. Юревич А.В., Журавлев А.Л. Количественная оценка психологического состояния современного российского общества // Современная социальная реальность России и государственное управление: Социальная и социально-политическая ситуация в России в 2012 году. В 2-х т. Том 1. М.: ИПИ РАН, 2014. С. 92-100.
15. Voxell 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).
16. Doise W. Individual and social identities in intergroup relations // *Europ. J. of Soc. Psych.* 1988. V.18. P.99-111.
17. Doise W. Social representations in personal identity // *Social identity: international perspectives* / Ed. by S. Worchel, J.F. Morales, D. Paez, J. Deschamps. N.Y., 1998. P. 13-25.
18. 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.
19. Druckman J.N., Klar S., Krupnikov Y., Levendusky M., Ryan J.B. The Political Impact of Affective Polarization: How Partisan Animus Shapes COVID-19 Attitudes. 2020. URL: <https://psyarxiv.com/ztgpn>.
20. 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.
21. Goren P. Party Identification and Core Political Values // *American Journal of Political Science*. 2005. V.49. №4. P.882-97.
22. Graham M.H., Svoboda M.W. Democracy in America? Partisanship, Polarization, and the Robustness of Support for Democracy in the United States // *American Political Science Review*. 2020. V.114. № 2. P.392-409.
23. Hartevelde E., Kokkonen A., Linde J., Dahlberg S. A tough trade-off? The asymmetrical impact of populist radical right inclusion on satisfaction with democracy and government // *European Political Science Review*. 2021. V.13. № 1. P.113-133.
24. 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.
25. Izard C. *The Psychology of Emotions*. N.Y.: Plenum, 1991.
26. Jennings W., Stoker G. The Bifurcation of Politics: Two Englands / *The Political Quarterly*. 2016. V.87. №3. P. 372-382.
27. Jungkunz S. Political Polarization During the COVID-19 Pandemic / *Frontiers in Political Science*. 2021. URL: <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.622512> (дата обращения 10.08.2021).
28. Kuhn D., Lao J. Effects of Evidence on Attitudes: Is Polarization the Norm? *Psychological Science* (American Psychological Society). 1996. V. 7. № 2. P. 115-120.
29. Milgram S. *The individual in a social world: Essays and experiments*. New York: McGraw-Hill. 1992.
30. Moscovici S., Lage E., Naffrechoux M. Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task // *Sociometry*. 1969. V. 32. № 4. P. 365-380.

31. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1969. V.12. №2. P.125-135.
32. Myers D., Twenge J. *Exploring Social Psychology*. 9 Edition. NY.: McGrawHill. 2021.
33. 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.
34. Nickerson R.S. Confirmation bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises (англ.) // *Review of General Psychology*. 1998. V.2. №2. P.175-220.
35. 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.
36. Plous S. *The psychology of judgment and decision making*. New York: McGraw-Hill, 1993.
37. Rogowski J.C. Voter Decision-Making with Polarized Choices // *British Journal of Political Science*. 2018. V.48. №1. P.1-22.
38. Schmader T., Lickel B. The approach and avoidance function of guilt and shame emotions: comparing reactions to self-caused and other-caused wrongdoing. // *Motivation and Emotion*. 2006. № 30(1). P. 43-56.
39. Sternberg R.J., Halpern D.F. *Critical Thinking in Psychology*. Cambridge University Press. 2019.
40. Van S., Lyn M. Extreme members and group polarization. // *Social Influence*. Vol. 4 (3). 2009. P.185-199.
41. Wagner M. Affective Polarization in Multiparty Systems // *Electoral Studies*. 2021. V.69. P.102-199.
42. Wagner M., Russo L. Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. 2021. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463> (дата обращения 09.09.2021)

Статья поступила в редакцию 27.10.2021

## THE PHENOMENON OF VALUE-AFFECTIVE POLARIZATION OF RUSSIAN SOCIETY

© 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](mailto:lebedev-lubimov@yandex.ru)

The article was prepared with the support of the Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute of Social Research (project № 21-011-31400 "The phenomenon of value-psychological polarization of the population and the problem of stability-instability of Russian society")

The article examines the socio-psychological phenomenon of the value-affective polarization of Russian society, the history of the study of polarization in social psychology, the specifics of manifestation in small and large social groups. The psychological mechanism of value-affective polarization in society based on the highest social emotions – feelings of shame, pride and self-esteem is described. It is argued that the main sources of value-affective polarization are talk shows of central television channels and social networks of the Internet. The meaning of concepts: value judgments, the affect of uncertainty and the highest social emotions to substantiate the proposed model is considered.

*Keywords:* personality, group polarization, value-affective polarization, small and big social groups, value judgments, affect of uncertainty, highest social emotions, feelings of shame, pride, self-esteem

## REFERENCES

1. Gordyakova O.V., Andreeva D.D. (2020). Cennostnaya polyarizaciya obshchestva kak faktor ego psihologicheskogo sostoyaniya [*Value polarization of society as a factor of its psychological state*] // American Scientific Journal [*American Scientific Journal*]. № (40). P. 24-29.
2. Lebedev A.N. (2014). Psihologicheskie mekhanizmy social'noj pamyati v usloviyah cennostno-smyslovoj neopredelennosti [*Psychological mechanisms of social memory in conditions of value-semantic uncertainty*] // Gumanitarnye nauki. Vestnik finansovogo universiteta [*Humanities. Financial University Bulletin*]. P. 58-63.
3. Lebedev A.N. (2018). Indikatory i prediktory psihologicheskogo sostoyaniya rossijskogo obshchestva [*Indicators and predictors of the psychological state of Russian society*] // CHelovecheskij capital [*Human capital*]. №6. P.58-68.
4. Lebedev A.N. (2019). Psihologicheskoe sostoyanie obshchestva s pozicii makropsihologicheskogo podhoda [*The psychological state of society from the standpoint of the macropsychological approach*]. Moscow: Vestnik RFFI. Tematicheskij blok: Fundamental'nye problemy v issledovaniyah psihicheskogo zdorov'ya cheloveka i obshchestva [*RFBR Bulletin. Thematic block: Fundamental problems in research on human and social mental health*]. № 4 (104). P.41-48.
5. Lebedev A.N. (2020). Rol' social'no-psihologicheskikh issledovanij v komp'yuternom modelirovanii psihologicheskogo vozdejstviya v Internetе [*The role of socio-psychological research in computer modeling of psychological impact on the Internet*] // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Organizacionnaya psihologiya i psihologiya truda [*Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and labor psychology*]. V.5. №4. P.83-109. DOI: <https://doi.org/10.38098/ipran.opwp.2020.17.4.004>.
6. Lebedev A.N., Gordyakova O.V. (2019). Psihologicheskoe sostoyanie obshchestva i fenomen psihologicheskoy polyarizacii [*The psychological state of society and the phenomenon of psychological polarization*] // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya [*Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and economic psychology*]. №3. P.22-45.
7. Lebedev A.N., Gordyakova O.V. (2020). Vysshie social'nye emocii potrebitelej v sisteme marketingovyh kommunikacij [*Higher social emotions of consumers in the system of marketing communications*] // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya [*Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and economic psychology*]. V.5. № 4(20). P. 218-245.
8. Lebedev A.N., Zankovskij A.N. (2019). Samorganizaciya grupp pol'zovatelej social'nyh setej i problema ee imitacionnogo modelirovaniya [*Self-organization of groups of users of social networks and the problem of its simulation*] // Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Organizacionnaya psihologiya i psihologiya truda [*Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and labor psychology*]. V.4. № 4. P.175-197.
9. Makogon I.K., Enikolopov S.N. (2014). Aprobaciya metodiki izmereniya sklonnosti k perezhivaniyu chuvstv viny i styda (GASP) [*Approbation of the methodology for measuring the propensity to experience feelings of guilt and shame (GASP)*] // Voprosy psihologii [*Questions of psychology*]. № 4. P. 118-125.
10. Podd'yakov A.N. (2011). Dopustimo li solgat' zloumyshlenniku, chtoby pomeshat' prestupleniyu: analiz istoricheskoy polemiki [*Is it permissible to lie to an attacker in order to prevent a crime: analysis of historical controversy*] // Kul'turno-istoricheskaya psihologiya [*Cultural-Historical Psychology*]. V.7. № 1. P. 28-41.
11. Sapronov A.V. (2012). Social'naya polyarizaciya kak harakteristika sovremennogo rossijskogo obshchestva [*Social polarization as a characteristic of modern Russian society*] // Izvestiya YUZGU. Seriya: Ekonomika. Sociologiya. Menedzhment [*News of the Southern State University. Series: Economics. Sociology. Management*]. № 2. P. 305-309.

12. Saprnov A.V., Krickaya O.A. (2013). Osobnosti social'noj polyarizacii Rossijskogo obshchestva [*Features of social polarization of Russian society*] // Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N.I. Labachevskogo. Seriya: Social'nye nauki [*Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Labachevsky. Series: Social Sciences*]. P. 82-86.
13. Edmonds D. (2020). Ubili by vy tolstyaka? Zadacha o vagonetke. CHto takoe horosho i chto takoe ploho? [*The task of the trolley. What is good and what is bad?*]. M.: Izdatel'stvo Instituta Gajdara [*Moscow: Publishing House of the Gaidar Institute*].
14. YUrevich A.V., ZHuravlev A.L. (2014). Kolichestvennaya ocenka psihologicheskogo sostoyaniya sovremennogo rossijskogo obshchestva [*Quantitative assessment of the psychological state of modern Russian society*] // Sovremennaya social'naya real'nost' Rossii i gosudarstvennoe upravlenie: Social'naya i social'no-politicheskaya situaciya v Rossii v 2012 godu. V.1. M.: ISPI RAN. P.92-100. [*The modern social reality of Russia and public Administration: The Social and socio-political situation in Russia in 2012. In 2 vols. V.1. Moscow: ISPI RAS*]
15. Boxell L., Gentzkow M., Shapiro J.M. (2020). Cross-Country Trends in Affective Polarization. // NBER Working Paper. № w26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318> (date of appeal 11.09.2021).
16. Doise W. (1988). Individual and social identities in intergroup relations // *Europ. J. of Soc. Psych.* V.18. P.99-111.
17. Doise W. (1998). Social representations in personal identity // *Social identity: international perspectives* / Ed. by S. Worchel, J.F. Morales, D. Paez, J.Deschamps. N.Y. P. 13-25.
18. 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.* V.5. P.28-38.
19. Druckman J.N., Klar S., Krupnikov Y., Levendusky M., Ryan J.B. (2020). The Political Impact of Affective Polarization: How Partisan Animus Shapes COVID-19 Attitudes. URL: <https://psyarxiv.com/ztgpn>.
20. 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.
21. Goren P. (2005). Party Identification and Core Political Values // *American Journal of Political Science.* V.49. №4. P.882-97.
22. Graham M.H., Svoboda M.W. (2020). Democracy in America? Partisanship, Polarization, and the Robustness of Support for Democracy in the United States // *American Political Science Review.* V.114. № 2. P.392-409.
23. Harteveld E., Kokkonen A., Linde J., Dahlberg S. (2021). A tough trade-off? The asymmetrical impact of populist radical right inclusion on satisfaction with democracy and government // *European Political Science Review.* V.13. № 1. P.113-133.
24. Iyengar S., Leites 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.
25. Izard C. (1991). *The Psychology of Emotions.* N.Y.: Plenum.
26. Jennings W., Stoker G. (2016). The Bifurcation of Politics: Two Englands / *The Political Quarterly.* V.87. №3. P. 372-382.
27. Jungkunz S. (2021). Political Polarization During the COVID-19 Pandemic / *Frontiers in Political Science.* URL: <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.622512> (дата обращения 10.08.2021).
28. Kuhn D., Lao J. (1996). Effects of Evidence on Attitudes: Is Polarization the Norm? *Psychological Science (American Psychological Society).* V.7. № 2. P. 115-120.
29. Milgram S. (1992). *The individual in a social world: Essays and experiments.* New York: McGraw-Hill.
30. Moscovici S., Lage E., Naffrechoux M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task // *Sociometry.* V. 32. № 4. P. 365-380.
31. Moscovici S., Zavalloni M. The group as a polarizer of attitudes // *Journal of Personality and Social Psychology.* 1969. V.12. №2. P.125-135.
32. Myers D., Twenge J. (2021). *Exploring Social Psychology.* 9 Edition. NY.: McDrawHill.

33. 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.
34. Nickerson R.S. (1998). Confirmation bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises (англ.) // *Review of General Psychology*. V.2. №2. P.175-220.
35. 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.
36. Plous S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. New York: McGraw-Hill.
37. Rogowski J.C. (2018). Voter Decision-Making with Polarized Choices // *British Journal of Political Science*. V.48. №1. P.1-22.
38. Schmader T., Lickel B. (2006). The approach and avoidance function of guilt and shame emotions: comparing reactions to self-caused and other-caused wrongdoing. // *Motivation and Emotion*. № 30(1). P. 43-56.
39. Sternberg R.J., Halpern D.F. (2019). *Critical Thinking in Psychology*. Cambridge University Press.
40. Van S., Lyn M. (2009). Extreme members and group polarization. // *Social Influence*. Vol. 4 (3). P.185-199.
41. Wagner M. (2021). Affective Polarization in Multiparty Systems // *Electoral Studies*. V.69. P.102-199.
42. Wagner M., Russo L. (2021). *Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences*.  
URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463> (date of appeal 09.09.2021)

The article was received 27.10.2021